

CARATTERISTICHE AZIENDALI

Protocollo n. 33

Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Manufatti in cemento - Ceramica sanitari - Materiali edili e affini
Fatturato 2016	€ 800.000
Totale titolari e soci	4
Totale Addetti 2016	4
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	Marcatura Ce per cordoli

Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:

	N.
Donne	1
Stranieri	0
Under 35	1

Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:

	N.
Contratto TI	3
Contratto TD	1
Apprendistato	0
Altre forme	0

Numero di addetti che si occupano di:

Gestione amministrativa	1
Gestione commerciale	1
Produzione/erogazione del servizio	3
Gestione magazzino	0
Gestione sistema qualità	0
Gestione risorse umane	0
Altro	0

Numero medio di tirocinanti impiegati nell'ambito dell'attività dell'impresa nell'arco di un anno: 0

LETTURA DEL MERCATO

MERCATO ATTUALE

50% provincia di rimini 49% regione emilia romagna 1% repubblica di san marino.

STRATEGIE DI SVILUPPO

Relazioni istituzionali relazioni con imprese settore edile e privati.

MERCATO POTENZIALE

Sviluppo del mercato attuale, in particolare fuori provincia di rimini.

ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA
Andamento dell'impresa nel periodo 2009-2016 sui seguenti indicatori rilevati:
(dove -5 indica Peggioramento assoluto e +5 miglioramento assoluto)

1. Fatturato	- 3
2. Produttività del lavoro	- 2
3. Utili/redditività aziendale	- 4
4. Investimenti fissi e immateriali	+ 1
5. Occupazione	0

Andamento dell'azienda tra il 2014 e il 2016 in termini di occupazione:
(Se in calo o in crescita è indicato il numero di unità coinvolte)

 Stabile Pari a : unità
Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale No
Peso delle esportazioni sul totale del fatturato: 1
Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 7
Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	
Di prezzo	
Di qualità	X
Di varietà	
Di marchio	
Di tecnologia	
Di soddisfazione del cliente	

Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul prodotto	X
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo	
Innovazioni tecnologiche	X
Innovazioni di mercato	
Controllo di qualità comprese le certificazioni	

Nota bene:

 Per **Innovazione radicale** si intende introduzione di una tecnologia di processo e/o realizzazione di un prodotto *significativamente nuovi* per l'impresa;

 Per **Innovazione incrementale** si intende un *miglioramento qualitativo* nella tecnologia di processo e/o nel prodotto *già presenti* nell'impresa.

Pratiche di organizzazione del lavoro e della produzione adottate dall'azienda nei periodi 2004-2007 e 2008-2016:

PRATICHE	2004-2007	2008-2016	Né prima né dopo
Just-in-Time	X	X	
Gestione della Qualità Totale	X	X	
Rotazione delle mansioni			
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente			
Ampliamento delle competenze del dipendente			
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente			
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi			
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto			
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative			
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti			
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo			

ANALISI DEI PROCESSI E DEFINIZIONE DI PIANI DI MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO E/O PRODUTTIVO
Livello di priorità dei processi aziendali monitorati: (1=max, 2=intermedia, 3=min, o "processo non monitorato nel check up")

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne	1 = Priorità massima
Costruzione dell'offerta	1 = Priorità massima
Sviluppo del prodotto	1 = Priorità massima
Produzione	1 = Priorità massima
Gestione del cliente	1 = Priorità massima
Gestione delle esternalità	1 = Priorità massima

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

Il primo punto di forza è determinato dalla proprietà, che ha fondato l'azienda e la gestisce tutt'oggi. - la proprietà conosce molto bene tutti i meccanismi che muovono l'attività e proprio grazie a questa esperienza storica e ai rapporti con il mondo economico che cura sul territorio, è in grado di restare competitiva nei cambiamenti e soprattutto nel dare risposte tempestive ai numerosi interlocutori - nel momento massimo di crisi del mercato (2008/2011) è riuscita, grazie alla fiducia guadagnata in decenni di attività, a mantenere i principali clienti.

Elementi critici dell'azienda

I cali di commesse dovute ad un abbassamento degli investimenti della pubblica amministrazione (gare d'appalto) - i cali di commesse dovuti a fermi (più o meno prolungati) del mercato (diverse cause) - i pagamenti da parte di alcuni clienti (insoluti) - le modalità di riscossione (immediate e posticipate).

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Ricerca nuovi clienti (imprese e privati) - ricerca nuovi clienti (assegnatari gare d'appalto) - modifica migliorativa nelle modalità di pagamento.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Collaborazione con l'attuale consulente del check up (che si occupa anche sviluppo commerciale e ci aiuta a conoscere nuove opportunità locali, ma anche con fornitori italiani che esportano in Europa sempre in collaborazione con l'attuale consulente) - organizzazione del lavoro nell'area amministrativa (ottimizzazione nelle modalità di pagamento).

Tipologia di intervento

Consulenza Formazione.

Risorse umane da coinvolgere

Consulenza per la proprietà (ma anche per l'impiegata) Formazione per i dipendenti (in particolare per l'impiegata).

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

Disponibilità di un numero alto di clienti storici fidelizzati che conoscono l'affidabilità della proprietà e dei prodotti - conoscenza di lunga data del settore - buone relazioni con le istituzioni - disponibilità economica di investimento in nuovi prodotti.

Elementi critici dell'azienda

Latente difficoltà del settore edile - concorrenza che gioca al ribasso dei prezzi (e della qualità del prodotto).

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Introduzioni di nuovi articoli per il settore pubblico.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Realizzazione di campionatura prodotti da presentare alle pubbliche amministrazioni - sviluppo innovativo (investimento in nuovi macchinari e materie prime alternative) - potenziale acquisizione di nuova certificazione.

Tipologia di intervento

Consulenza in materia di organizzazione del lavoro affinché almeno 1 dipendente sia dedicato anche alle relazioni commerciali (introduzione di nuovi articoli sul mercato) e di avvicinamento alle pubbliche amministrazioni su base nazionale - formazione a proprietà e dipendente (comparto amministrativo) per la creazione di un vero e proprio ufficio commerciale interno.

Risorse umane da coinvolgere

Proprietà dipendenti (sicuramente la dipendente area amministrazione; gli altri 3 dipendenti sono più impegnati in area produzione e per ora difficilmente potrebbero svolgere formazione in orario di lavoro).

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Elementi di forza dell'azienda

Ottima conoscenza del mercato e degli attori di mercato - conoscenza delle esigenze delle imprese e delle pubbliche amministrazioni.

Elementi critici dell'azienda

Situazione di mercato del settore edile che permette di investire solo alle imprese che si sono riqualificate e operano in ambito ristrutturazione e riqualificazione - alcuni periodi dell'anno in cui le pubbliche amministrazioni riducono gli investimenti per manutenzioni e rifacimenti.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Mantenimento e ulteriore sviluppo delle relazioni professionali con tutto il comparto delle imprese clienti; in particolare con le imprese che operano in ambito recupero edilizio/riqualificazione energetica e le p.a. che hanno a budget quote di bilancio per le manutenzioni e la riqualificazione urbana.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Recepimento delle richieste da parte delle imprese che significa, ottime relazioni e rapporti professionali di grande fiducia - organizzazione del lavoro affinché flessibilità produttiva e adattabilità del prodotto costituiscano un punto di forza per restare competitivi.

Tipologia di intervento

Consulenza alla proprietà in materia di organizzazione del lavoro e affiancamento negli incontri con le pubbliche amministrazioni (a cui si arriva indirettamente per rapporto con le imprese che svolgono lavori stradali).

Risorse umane da coinvolgere

Proprietà e impiegata amministrativa.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Elementi di forza dell'azienda

Persone esperte e qualificate con forte esperienza nel settore - mezzi di produzioni adeguati alla realizzazione di articoli richiesti dalle imprese che operano con le p.a. - disponibilità economica qualora fosse richiesto un adeguamento dei mezzi produttivi con nuovi investimenti.

Elementi critici dell'azienda

Relativo spazio dedicato al comparto produzione (l'azienda è in attesa di trasferimento in nuova area di proprietà -decentramento produttivo- in comune limitrofo).

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Trasferimento in nuova area (in attesa di sblocco degli strumenti urbanistici -p.o.c.- che al momento non permettono la realizzazione della nuova area produttiva).

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Realizzazione della nuova azienda (in attesa di svincolo d'area edificabile da 15 anni).

Tipologia di intervento

Consulenza alla proprietà (filtro nei rapporti con la p.a. comunale).

Risorse umane da coinvolgere

Proprietà.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Elementi di forza dell'azienda

Radicamento storico sul territorio forte conoscenza della realtà imprenditoriale territoriale nel settore edile competitività professionale data da servizio, vasta gamma di prodotto e consulenza tecnica di alto livello affidabilità della proprietà e dei dipendenti.

Elementi critici dell'azienda

Non vi è una persona specifica dedicata alla gestione del parco clienti, quindi eventuali problematiche possono essere risolte dopo un determinato lasso di tempo e non con tempestività, fattore che può causare la perdita del cliente l'ampio numero di clienti (imprese, privati, p.a.) non può essere fidelizzato a causa della mancanza del tempo necessario alla cura dei rapporti per singolo cliente non è possibile contattare nuovi clienti o recuperare quelli persi, in quanto le mansioni dei dipendenti e l'attività della proprietà non permettono un investimento temporale in questa area operativa.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Modifica nell'organizzazione del lavoro dell'impiegata, dedicata almeno in parte alla più concreta gestione del cliente collaborazione futura con un consulente che si occuperà della cura nei rapporti con tutta la clientela e della ricerca di nuovi clienti/recupero clienti persi.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Organizzazione del lavoro: affiancamento della dipendente da parte della proprietà organizzazione risorse umane: inserimento del consulente esterno in affiancamento alla proprietà.

Tipologia di intervento

Consulenza formazione.

Risorse umane da coinvolgere

Consulenza: proprietà (ricerca nuove risorse umane, organizzazione del lavoro) formazione: dipendenti (essendo 3 dipendenti in produzione, risulta poco semplice organizzare momenti formativi solo con 1 impiegata).

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Elementi di forza dell'azienda

Contributi alle p.a. locali nella realizzazione di arredo urbano sponsorizzazioni a eventi di intrattenimento locali.

Elementi critici dell'azienda

Azienda posizionata al centro di un complesso residenziale che soffre la presenza di polveri, rumore e passaggio di mezzi pesanti, durante il periodo lavorativo della settimana.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Trasferimento della parte operativa e produttiva nella nuova sede semplice operatività commerciale (vendita) nella sede attuale.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Pressione sulla p.a. affinché diventi rapida la realizzazione della nuova sede produttiva.

Tipologia di intervento

Consulenza (filtro nei rapporti con la p.a.).

Risorse umane da coinvolgere

Proprietà.

SINTESI DEL PIANO DI MIGLIORAMENTO/SVILUPPO

Organizzazione del personale: impiegata dedicata anche alla cura dei rapporti con la clientela e la ricerca di nuovi committenti; gestione ottimale degli incassi con forte razionalizzazione degli insoluti e diluizione del credito solo verso quei clienti solventi
organizzazione del lavoro: introduzione di nuovi articoli di interessi della p.a. organizzazione della produzione: trasferimento dell'attività produttiva nella sede di proprietà che attende lo sblocco realizzativo dell'area.